

Valgkampen 23 - Noen læringspunkter

- AiB fant formen for sent i årets valgkamp. På selve valgdagen hadde vi 19,3 prosent av stemmene, mot 18,5 prosent av de samlede stemmene.
- Ap var tydelig til stede i alle tradisjonelle medieflater, men det foregikk en meningsdannelse og meningsutveksling i Facebook-grupper og på TikTok der vi ikke deltok overhodet.
- Stramme økonomiske rammer har gjort årets valgkamp til en “dugnadsvalgkamp”.
- Positiv stemning har vært den viktigste suksessfaktoren for denne valgkampen. Veldig mange har meldt tilbake at det var gøy å drive valgkamp – det har vært avgjørende for å få med de frivillige.
- Toppkandidatene har vært sterkt personlig til stede. Øvrige kandidater bør følges enda tettere opp for å sikre eierskap og deltakelse.
- Spond-appen fungerte utmerket og muliggjorde deltakelse på tvers av lagene.
- Vi må få flere til å delta som frivillige, og flere må starte innsatsen tidligere i valgkampen